ई-कॉमर्स के विकास में भुगतान प्रविधियों की भूमिका (कोविड के परिप्रेक्ष्य में डिजिटल तथा सुपुर्दगी पर भुगतान विधियो का तुलनात्मक अध्ययन)

वाणिज्य संकाय व्यावहारिक व्यावसायिक अर्थशास्त्र विषय से

पी.एच.डी. की उपाधि हेतु

प्रस्तावित की रूपरेखा

शोधार्थी

राहुल गुप्ता

शोध निर्देशक

प्रो. शालिनी दुबे
व्यावहारिक व्यावसायिक अर्थशास्त्र विभाग
वाणिज्य संकाय

व्यावहारिक व्यावसायिक अर्थशास्त्र विभाग, वाणिज्य संकाय

दयालबाग एजुकेशनल इन्स्टीट्यूट, (डीम्ड विश्वविद्यालय)

दयालबाग आगरा- 282005

2022

परिचय

विज्ञान, कंप्यूटर और नेटवर्क प्रौद्योगिकी के तेजी से विकास के साथ, इलेक्ट्रॉनिक-कॉमर्स (ई-कॉमर्स) मानव जीवन का एक नियमित हिस्सा बन गया है। चूंकि यह उद्यमों में व्यवसाय विकसित करने के लिए नई गति प्रदान कर सकता है, यह ग्राहकों के लिए सुविधाजनक है, ग्राहक घर से ऑर्डर कर सकता है और अधिक काम करने के लिए समय बचा सकता है। उस किसी दुकान पर जाने की जरूरत नहीं है। ग्राहक बहुत कम समय में इंटरनेट के विभिन्न स्टोरों पर जा सकता है और विभिन्न विशेषताओं वाले उत्पादों की तुलना कर सकता है। जैसे कि कीमत, रंग और गुणवत्ता। इसके अलावा, ई-कॉमर्स में ऑनलाइन भुगतान प्रणाली की बहुत महत्वपूर्ण भूमिका है। ई-कॉमर्स उद्यम ऑनलाइन भुगतान प्रणाली का उपयोग करते हैं जो कागज रहित मौद्रिक लेनदेन को संदर्भित करता है, जिसने कागजी कार्यवाही, लेनदेन लागत और श्रम लागत को कम करके व्यापार प्रसंस्करण में क्रांति ला दी है। मैनुअल प्रोसेसिंग की तुलना में उपयोगकर्ता के अनुकूल और कम समय लेने वाला होने के कारण, इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स एक व्यावसायिक संगठन को अपने बाजार पहुंच विस्तार का विस्तार करने में मदद करता है।

पिछले दशक में, ऑनलाइन भुगतान प्रणाली विकसित हुई है और उच्च स्तर की सुरक्षा, गोपनीयता, गोपनीयता और दक्षता वर्णों तक पहुंच गई है।

इन पहलों ने देश में डिजिटल भुगतान प्रणाली को व्यापक बढ़ावा दिया है। सरकार की अन्य प्रयास जैसे भीम और यूपीआई डिजिटल भुगतान का प्रचार और तेजी से अपनाने में सहायता कर रहे हैं। इंटरनेट बैंकिंग या मोबाइल बैंकिंग के माध्यम से स्मार्ट फोन या कार्ड से भुगतान के माध्यम से सेवाओं और उत्पादों के लिए बिक्री के बिंदु (पीओएस) पर किए गए इलेक्ट्रॉनिक उपभोक्ता लेनदेन को डिजिटल भुगतान कहा जाता है। डिजिटल भुगतान प्रणाली के निम्नलिखित चरण हैं, 1. पंजीकरण 2. चालान-प्रक्रिया 3. भुगतान चयन 4. भुगतान की पुष्टि। इस भुगतान प्रणाली में आम तौर पर 3 इलेक्ट्रॉनिक भुगतान साधन शामिल होते हैं, जैसे नकद, चेक

और कार्ड। सुपुर्दगी पर भुगतान प्रभावित होने के कारण धीरे-धीरे बन्द हो रही है इसके अतिरिक्त भुगतान के अन्य तरीके है।

जैसे- नेट बैंकिंग, डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड आदि। विमुद्रीकरण से भारत में ई-कॉमर्स उद्योग को सकारात्मक रूप से मदद मिलेगी, जिससे लोगों के लिए कैशलेस होने का मौका बढ़ जाएगा।

डिजिटल भुगतान

"डिजिटल इंडिया" भारत को एक डिजिटल रूप से सशक्त देश में बदलने की दृष्टि से भारत सरकार का प्रमुख कार्यक्रम है। "फेसलेस, पेपरलेस, कैशलेस" डिजिटल इंडिया के कथित कार्यों में से एक है। डिजिटल भुगतान प्रणाली आजकल महत्वपूर्ण हो गई है, खासकर विमुद्रीकरण के बाद। जनता को पेमेंट गेटवे प्लेटफॉर्म का उपयोग करने के लिए प्रोत्साहित करने के लिए सरकार आवश्यक कदम उठा रही है। पेमेंट गेटवे को बढ़ावा देने के लिए, इसने कुछ उत्पादों की खरीद पर डिजिटल रूप से छूट की घोषणा की है। इसने UPI (यूनाइटेड पेमेंट इंटरफेस) भी पेश किया है जो कई बैंकों में लेनदेन के लिए ऐप आधारित है। सरकार द्वारा एक और बेहतर संस्करण का अनावरण किया जाना तय है, जो यूएसएसडी (अनस्ट्रक्चर्ड सप्लीमेंट्री सर्विस डेटा) नामक प्लेटफॉर्म द्वारा इंटरनेट के बिना मोबाइल फोन के माध्यम से बैंकिंग लेनदेन करता है। इन पहलों ने देश में डिजिटल भुगतान प्रणाली को व्यापक बढ़ावा दिया है। सरकार की अन्य पहल जैसे भीम और यूपीआई डिजिटल भुगतान को संक्रमण और तेजी से अपनाने में सहायता कर रहे हैं। इंटरनेट बैंकिंग या मोबाइल बैंकिंग के माध्यम से स्मार्ट फोन या कार्ड से भुगतान के माध्यम से सेवाओं और उत्पादों के लिए बिक्री के बिंदु (पीओएस) पर किए गए इलेक्ट्रॉनिक उपभोक्ता लेनदेन को डिजिटल भुगतान कहा जाता है।

कैशलेस लेनदेन को प्रोत्साहित करने और भारत को कैश लेस सोसाइटी में बदलने के हिस्से के रूप में, डिजिटल भुगतान के विभिन्न तरीके उपलब्ध हैं।

तालिका-1 भुगतान विधियां

प्रकार	**उपयुक्तता**	**सर्विस**	**आवश्यक विवरण**	**लागत**
डेबिट या क्रेडिट कार्ड	ऑनलाइन/ऑफ लाइन व्यापारी बिक्री	कार्ड जारीकर्ता द्वारा निर्धारित	कार्ड नंबर सीवीवी समाप्ति तिथि	जैसा बैंक द्वारा लगाया जाता है
आरटीजीएस /नेफ्ट (रीयल-टाइम ग्रॉस सेटलमेंट सिस्टम) (राष्ट्रीय इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर)	उच्च मूल्य ऑनलाइन लेनदेन।	कोई ऊपरी सीमा नहीं, न्यूनतम 2 लाख रुपये। 10 लाख रुपये तक, न्यूनतम 1 रुपये	खाता संख्या पासवर्ड लाभार्थी पंजीकरण आईएफएससी कोड	आरटीजीएस: प्रति लेनदेन 55 रुपये तक। नेफ्ट: प्रति लेनदेन 25 रुपये तक।
आईएमपीएस (तत्काल भुगतान सेवा)	तत्काल स्थानांतरण	2 लाख रुपये प्रति दिन	खाता संख्या पासवर्ड लाभार्थी पंजीकरण आईएफएससी कोड	5-15 रुपये लेनदेन राशि के आधार पर।
यूपीआइ (एकीकृत भुगतान इंटरफ़ेस)	तत्काल स्थानांतरण	1 लाख रुपये प्रति दिन	प्राप्तकर्ता का वीपीए (वर्चुअल भुगतान आईडी), एम पिन	कोई शुल्क नहीं हैं
यूएसएसडी (असंरचित पूरक सेवा डेटा)	इंटरनेट कनेक्टिविटी के बिना फीचर फोन	5,000 प्रति दिन	केवल आधार संख्या, आईएफएससी या पंजीकरण पर बैंकों द्वारा आंवंटित कोड	जैसा कि दूरसंचार ऑपरेटर द्वारा लगाया जाता है।
ई-वॉलेट (इलेक्ट्रॉनिक वॉलेट)	छोटे टिकट व छोटे लेनदेन।	20,000 रुपये प्रति माह (केवाईसी अनुपालन वाले -वॉलेट धारकों के लिए 1 लाख रुपये	लॉगिन आईडी	केवल अगर आप अपने वॉलेट से अपने बैंक खाते में पैसे ट्रांसफर करते हैं।

(स्रोत: http://www.acadpubl.eu/hub/)

पहचानी गई समस्या

पिछले एक दशक में, हमारी दुनिया तेजी से और अधिक डिजीटल हो गई है। उदाहरण के लिए, अब हमारे पास इंटरनेट पर खरीदारी, और लघु संदेश सेवा (एसएमएस), ई-मेल और इंटरनेट पर सामाजिक नेटवर्क के माध्यम से किए गए सामाजिक संपर्क हैं। इस विकास में योगदान देने वाले दो महत्वपूर्ण कारक हैं मोबाइल फोन का उपयोग और इंटरनेट का उपयोग। उपर्युक्त डिजिटल खरीदारी का एक हिस्सा डिजिटल भुगतान है। हमें वस्तुओं और सेवाओं के लिए भुगतान करने में सक्षम होना चाहिए, चाहे हम कहीं भी हों।

इस प्रकार एक पेमेंट गेटवे की आवश्यकता है, जिससे मोबाइल भुगतान किया जा सके। इसलिए कैशलेस भुगतान के रूप में मोबाइल भुगतान विकल्प पर ध्यान देना प्रासंगिक है।

समस्या निरूपण

चूंकि भारत में बढ़ते ऑनलाइन भुगतान लेनदेन के कारण पेमेंट गेटवे बढ़ रहा है, यह अध्ययन पेमेंट गेटवे सेवाओं के बारे में एक अंतर्दृष्टि देने का कार्य करता है। यह अध्ययन भुगतान गेटवे के संबंध में उपयोगकर्ताओं की कंपनी वरीयता को समझने में मदद करता है। यह हमें यह जानने में मदद करता है कि उपयोगकर्ताओं द्वारा किस प्रकार की सेवा का उपयोग किया जाता है, जो भुगतान गेटवे सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रदान की जाती हैं। अध्ययन का उद्देश्य शुल्कों और जोखिमों के संबंध में ग्राहक वरीयता की धारणा को प्रभावित करने वाले कारकों का पता लगाना भी है।

हाल ही में, आरबीआई ने कुछ दिशानिर्देश जारी किए थे जो कुछ केवाईसी सत्यापन के आधार पर उपयोगकर्ताओं को अपनी सीमा को 1,00,000 रुपये तक बढ़ाने की अनुमति देते हैं।

पेटीएम वर्तमान में इस सेगमेंट में अग्रणी है जिसके लगभग 350 मिलियन वॉलेट उपयोगकर्ता हैं। यह अपने प्लेटफॉर्म पर लगभग 130 मिलियन मासिक लेनदेन देखता है।

महत्वपूर्ण रूप से, आईएएमएआई आईएमआरबी की डिजिटल कॉमर्स 2021 रिपोर्ट के अनुसार, केवल 08 प्रतिशत खरीदार एम-वॉलेट का उपयोग करके ऑनलाइन भुगतान करते हैं, जबकि 21 प्रतिशत डेबिट कार्ड का उपयोग करना पसंद करते हैं, 08 प्रतिशत क्रेडिट कार्ड पसंद करते हैं और अधिकांश 63 प्रतिशत पसंद करते हैं। भुगतान का कैश-ऑन-डिलीवरी मोड।

रिपोर्टों के अनुसार, वॉलेट के शुरुआती अपनाने वाले भारत के उत्तरी और पश्चिमी हिस्सों में थे, लेकिन स्मार्ट फोन की कीमतों और 3जी एवं 4जी टैरिफ में गिरावट के कारण, वर्चुअल वॉलेट पूरे भारत में बढ़ रहे हैं। प्रमुख निजी दूरसंचार ऑपरेटर एयरटेल भी एयरटेल मनी का संचालन करती है। पिंगपे, पेजैप, आईडिया मनी और

एम-पैसा कुछ ऐसे वॉलेट हैं जो टेलीकॉम कंपनियों और बैंकों द्वारा संचालित किए जाते हैं। कैब एग्रीगेटर ओला ने मोबाइल रिचार्ज और मनी ट्रांसफर के लिए एक स्वतंत्र वॉलेट ओला मनी लॉन्च किया है।

भारत में मोबाइल वॉलेट उपयोगकर्ता आधार ने देश में जारी किए गए क्रेडिट कार्डों की कुल संख्या को भी पीछे छोड़ दिया है। आरबीआई के आंकड़ों से पता चलता है कि अगस्त 2020 तक, 55 बैंकों द्वारा लगभग 58 मिलियन क्रेडिट कार्ड जारी किए गए हैं, जबकि एक मोटे अनुमान से पता चलता है कि भारत में 450 मिलियन से अधिक वॉलेट उपयोगकर्ता हैं।

स्रोत: आरबीआई

स्मार्ट फोन में मजबूत वृद्धि: भारत में डिजिटल भुगतान परिदृश्य में अभूतपूर्व वृद्धि देखी गई है जो बड़े पैमाने पर स्मार्टफोन की पहुंच से प्रेरित है। स्मार्टफोन उपयोगकर्ता आधार महानगरों में 69% की वृद्धि हुई है, लेकिन इससे भी महत्वपूर्ण बात यह है कि यह टियर 2 और 3 क्षेत्रों में प्रवेश है जो महत्वपूर्ण महत्व का है। टियर 2 और 3 के 82 मिलियन लोग ऑनलाइन शॉपिंग के लिए स्मार्ट फोन का इस्तेमाल करते हैं।

तालिका-2 विभिन्न वर्षो में डिजिटल भुगतान प्रविधियों की भागीदारिया

वर्ष	नेफ्ट	आरटीजीएस	आईएमपीएस	एम-वॉलेट	यूपीआइ
2012-2013	79%	14%	00%	07%	----
2013-2014	76%	09%	02%	13%	----
2014-2015	68%	07%	06%	19%	----
2015-2016	58%	04%	10%	28%	----
2016-2017	42%	03%	13%	42%	00%
2017-2018	32%	02%	16%	49%	01%
2018-2019	27%	02%	20%	47%	04%
2019-2020	23%	02%	19%	43%	13%

(स्रोत: आरबीआई और एनपीसीआई समंक)

सुपुर्दगी पर भुगतान

सुपुर्दगी पर भुगतान को एक भुगतान विधि के रूप में वर्णित किया जा सकता है जो ग्राहकों को इसकी सुपुर्दगी के समय माल के लिए भुगतान ऐसी विधि करने की अनुमति देता है। इस प्रकार का लेन-देन लॉजिस्टिक

भागीदारों के माध्यम से होता है। खरीदार एक कूरियर पार्टनर को भुगतान भेजता है, जो विक्रेता को भुगतान वापस कर देता है। यदि खरीदार भुगतान नहीं करता है तो विक्रेता को माल वापस कर दिया जाता है।

सुपुर्दगी पर भुगतान को कैश अगेंस्ट डिलीवरी (CAD) भी कहा जाता है।

भारत नकदी संचालित अर्थव्यवस्था है। नकद आधारित व्यवहार के प्रभाव से भारत में 83 प्रतिशत सीओडी लेनदेन होता है जो पश्चिमी देशों के विपरीत है जहां सीओडी केवल 20 प्रतिशत है। नकद आधारित समाज होने का कारण क्रेडिट/डेबिट कार्डों की कम पहुंच के साथ-साथ प्लास्टिक मनी के उपयोग में कम विश्वास है। ऑनलाइन उत्तरदाताओं के 83% द्वारा उद्धृत सुपुर्दगी पर भुगतान सबसे व्यापक रूप से उपयोग किया जाने वाला विकल्प है। सीओडी के माध्यम से ऑनलाइन खरीदारी के लिए आकर्षक दुकानदारों की लागत विक्रेताओं द्वारा वहन की जाती है। अन्य उपलब्ध भुगतान विकल्पों की तुलना में सुपुर्दगी पर भुगतान में अप्रत्यक्ष लागत बहुत अधिक है, इसलिए, सीओडी सुपुर्दगी, कैश हैंडलिंग और वापसी के रूप में विक्रेताओं के लिए पर्याप्त वित्तीय नुकसान लगाता है। वापसी ने इलेक्ट्रॉनिक खुदरा विक्रेताओं के लिए महत्वपूर्ण नुकसान पैदा किया है। ई-कॉमर्स में औसत रिटर्न 20% है लेकिन जब सीओडी की बात आती है तो यह लगभग 60% है। इसके अलावा टियर 2 शहरों से सीओडी रिटर्न मेट्रो की तुलना में 30% अधिक है। निकट भविष्य में भी सीओडी भुगतान का सबसे पसंदीदा तरीका बना रहेगा।

स्रोत: बिजनेस इनसाइडर पर प्रकाशित नीलसन के ग्लोबल कनेक्टेड कॉमर्स सर्वे के मुताबिक

डिलीवरी पर नकदी का कार्य:

1. ग्राहक आदेश देता है और अपना डाक पता प्रदान करता है।

2. इलेक्ट्रॉनिक विक्रेता ऑर्डर तैयार करता है और लॉजिस्टिक की व्यवस्था करता है।

3. लॉजिस्टिक कंपनी ग्राहकों तक उत्पाद पहुंचाती है और पैसा प्राप्त करती है।

4. अपनी फीस में कटौती के बाद लॉजिस्टिक कंपनी शेष राशि इलेक्ट्रॉनिक विक्रेता को सौंप देती है

सीओडी में चुनौतियां:

ई-कॉमर्स में सीओडी विक्रेताओं द्वारा निम्नलिखित आने वाली निम्नलिखित चुनौतियों का सामना किया जाता है।

क. डेबिट और क्रेडिट कार्ड की कम पहुंच:

भारतीय इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली पूरी तरह से विकसित नहीं हुई है। भारत में भुगतान कार्ड रखने वाली जनसंख्या वैश्विक मानकों की तुलना में काफी कम है। जुलाई, 2021 तक भारत में 58 मिलियन क्रेडिट कार्ड और 850 मिलियन डेबिट कार्ड हैं। क्रेडिट और डेबिट कार्ड पर लेनदेन की संख्या में क्रमशः 27% और 48% की वृद्धि हुई। क्रेडिट और डेबिट कार्ड के लिए लेन-देन की कुल राशि में भी क्रमशः 27% और 24% की वृद्धि हुई है, लेकिन इसी अवधि के दौरान क्रेडिट और डेबिट कार्ड पर प्रति लेन-देन की औसत राशि में क्रमशः 0.1% और 16.2% की गिरावट आई है। इसलिए, इलेक्ट्रॉनिक खुदरा विक्रेताओं को अपनी व्यावसायिक पहुंच का विस्तार करने के लिए सीओडी विकल्प देना होगा।

स्रोत: https://www.statista.com

ख. उपभोक्ताओं की रूढ़िवादी प्रकृति:

भुगतान के अन्य तरीकों को स्वीकार करने में ग्राहक की पारंपरिक सोच नकद व्यवहार और सुरक्षा के लिए चिंता प्रमुख बाधाएं हैं। भारतीय अर्थव्यवस्था नकदी संचालित अर्थव्यवस्था है जहां 95% खुदरा लेनदेन नकद के माध्यम से किया जाता है। ग्राहक ऑर्डर को सुपुर्दगी से पहले भुगतान करने के लिए तैयार नहीं हैं क्योंकि कैश एंड कैरी खरीदारी का भारतीय तरीका है। उपभोक्ताओं को उत्पादों की गुणवत्ता और दुर्भावनापूर्ण विक्रेताओं द्वारा धोखाधड़ी के बारे में भी संदेह होता है, जब वे अज्ञात खुदरा विक्रेता से स्पर्श और महसूस किए बिना खरीदारी करते हैं। ऐसे में सुपुर्दगी पर भुगतान सबसे सुरक्षित भुगतान माध्यम प्रतीत होता है। भारतीय खरीदार अन्य सभी कारकों से ऊपर सुरक्षा को प्राथमिकता देते हैं। 59% लोग क्रेडिट कार्ड की जानकारी ऑनलाइन देने पर भरोसा नहीं करते। वे सुरक्षा और गोपनीयता के मुद्दों के कारण प्लास्टिक मनी से भुगतान करने या ईएमआई, डिजिटल वॉलेट या नेट बैंकिंग जैसे भुगतान के अन्य तरीकों को अपनाने से बचते हैं।

स्रोत: **https://www.statista.com**

ग. भुगतान गेटवे की उच्च विफलता दर:

भारतीय भुगतान गेटवे में आमतौर पर वैश्विक मानकों के अनुसार उच्च विफलता दर होती है। नेट-बैंकिंग में विफलता दर 0.5 -2% और क्रेडिट और डेबिट कार्ड ट्रांसफर में 7-12% से भिन्न होती है। जिसके माध्यम से पैच नहीं किया गया है, जिससे ऑनलाइन स्थानांतरण अधिक जोखिम भरा हो गया है। एक भी लेन-देन की विफलता के कारण ग्राहक ऑनलाइन भुगतान का पुन: प्रयास करने के लिए सतर्क हो जाते हैं और वे सीओडी विधि में चले जाते हैं जो सबसे सुरक्षित भुगतान विधि प्रतीत होता है।

स्रोत: **https://www.statista.com**

घ. घातक प्रतियोगिता:

भारत में ई-कॉमर्स लेनदेन भारी गति से बढ़ रहे हैं। आकर्षक बाजार का दोहन करने से बड़े और छोटे इलेक्ट्रॉनिक खुदरा विक्रेताओं के साथ बाजार का प्रसार हुआ है। प्रतिस्पर्धा कड़ी है और सीओडी भौगोलिक क्षेत्रों का विस्तार करके व्यवसाय को आगे रहने में मदद करता है। सुपुर्दगी पर भुगतान प्रारंभिक विश्वास बनाने, उपभोक्ताओं को आकर्षित करने और प्रतिस्पर्धा में जीवित रहने के लिए स्टार्टअप के लिए एक पूर्वापेक्षा है। एक पारदर्शी वातावरण में, जहां स्विचिंग लागत लगभग शून्य है, कोई भी इलेक्ट्रॉनिक खुदरा व्यापारी सीओडी की लागत को वहन न करके ग्राहक आधार खोने का जोखिम नहीं उठा सकता है।

भारत में मुख्य वितरण व्यवस्था नकदी पर आधारित है। इसलिए, भारत में ऑनलाइन शॉपिंग साइटों के लिए अपने उत्पाद को कैश ऑन सुपुर्दगी विकल्प पर बेचने के लिए एक व्यापक और अच्छा बाज़ार है। और आप पाएंगे कि ये ऑनलाइन शॉपिंग साइट भारत में भुगतान के लिए एक अलग प्रकार का विकल्प प्रदान करती हैं। भारत में ऑनलाइन भुगतान न होने का मुख्य कारण, क्योंकि बहुत से लोग आपका कार्ड का उपयोग करके ऑनलाइन भुगतान करना नहीं जानते हैं या कोई अन्य कारण ऑनलाइन धोखाधड़ी के मामले हैं। क्योंकि शॉपिंग साइट्स अपना कार्ड और बैंक डिटेल सेव कर लेती हैं।

अन्ततः वे ई-कॉमर्स साइट्स के लिए उपयुक्त विकल्प की तलाश में है जो सुपुर्दगी पर भुगतान के रूप में ऊभर कर सामने आ रहा है।

कोविड-19 का व्यावसायिक प्रभाव

कोविड -19 का चल रहा प्रसार वैश्विक अर्थव्यवस्था और वित्तीय बाजारों के लिए सबसे बड़े खतरों में से एक बन गया है। कोरोनावायरस के प्रकोप के प्रभाव को रोकने के लिए, भारत, दुनिया भर के कई देशों की तरह, देशव्यापी तालाबंदी सहित कई उपाय कर रहा है; पूरी आबादी के आंदोलन को सीमित करना; सार्वजनिक स्थानों और परिवहन को बंद करना; और जनता से घर के अंदर रहने, सामाजिक दूरी बनाए रखने और घर से काम करने का आग्रह किया। परिणामी आर्थिक व्यवधान बहुत बड़ा है और व्यवसायों के लिए गतिविधि में अल्पकालिक गिरावट, दोनों बड़े और छोटे, काफी।

आर्थिक विकास के गंभीर रूप से प्रभावित होने की आशंका के साथ, डिजिटल भुगतान क्षेत्र का वित्तीय दृष्टिकोण अलग नहीं है और कम से कम अल्पावधि में एक समान प्रक्षेपवक्र का अनुसरण करेगा। लेकिन उद्योग की स्थिरता और नवाचार की क्षमता अर्थव्यवस्था को नए सामान्य वातावरण में फिर से शुरू करने में एक अमूल्य भूमिका निभाएगी।

कोविड-19 महामारी के प्रतिकूल प्रभाव भारतीय अर्थव्यवस्था के प्रमुख क्षेत्रों में छल कर रहे हैं, जिसमें विनिर्माण, ऑटो, खुदरा, विमानन और आतिथ्य लॉकडाउन का खामियाजा भुगत रहे हैं। इसने बदले में तेजी से बढ़ते डिजिटल भुगतान को प्रभावित किया है जो उपरोक्त क्षेत्रों से निकटता से जुड़े हुए हैं। बंद दुकानें, यात्रा प्रतिबंध और उपभोक्ताओं द्वारा कम विवेकाधीन खर्च (बाहर खाने, फिल्में और मनोरंजन आदि पर) डिजिटल भुगतान को और नकारात्मक रूप से प्रभावित कर रहे हैं।

अन्य क्षेत्रों में एयरलाइंस, पर्यटन, आतिथ्य, होटल, मनोरंजन, ई-कॉमर्स (गैर-आवश्यक) और रेस्तरां में डिजिटल भुगतान की मात्रा में गिरावट देखी गई है।

इसके अलावा, सीमा पार से भुगतान, चाहे वे बी 2 बी या सी 2 बी हों, सीमाओं के अस्थायी रूप से बंद होने के कारण काफी कम हो गए हैं, जिसके परिणामस्वरूप माल की प्रतिबंधित आवाजाही हुई है। अंतर्राष्ट्रीय प्रेषण भी प्रभावित हुए हैं और कम हुए हैं।

हालांकि, कुछ ऐसे क्षेत्र भी हैं जहां लॉकडाउन के दौरान डिजिटल भुगतान में बढ़ोतरी देखी जा रही है। इनमें ऑनलाइन किराना स्टोर, ऑनलाइन फ़ार्मेसी, ओटीटी प्लेयर (टेलीकॉम और मीडिया), एडटेक, ऑनलाइन गेमिंग, रिचार्ज और उपयोगिता/बिल भुगतान शामिल हैं।

सरकार के माध्यम से डिजिटल भुगतान की मात्रा को भी बढ़ावा मिल रहा है, जिसने बैंक खातों में सीधे हस्तांतरण के माध्यम से गरीबों को मौद्रिक सहायता देने का वादा किया है।

वित्त मंत्री और भारतीय राष्ट्रीय भुगतान निगम के सीईओ ने भी लोगों से भुगतान को संपर्क रहित बनाने के लिए डिजिटल भुगतान का उपयोग बढ़ाने का आग्रह किया है।

कभी सुविधा के तौर पर उपयोग किया जाने वाला डिजिटल भुगतान आज के समय की जरूरत बन गया है। डिजिटल भुगतान में योगदान देने वाले अधिकांश क्षेत्रों में अभी भी उतार-चढ़ाव की स्थिति है,

साहित्य की समीक्षा

राष्ट्रीय - 17

अंतर्राष्ट्रीय - 03

साहित्य की कुल समीक्षा - 20

तालिका-3 साहित्य की समीक्षा (राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय)

क्र.	***लेखक***	***वर्ष***	***शीर्षक***	***उद्देश्य***	***निष्कर्ष***
1.	नीति गुप्ता	*2017*	सुपुर्दगी पर भुगतान: मुद्दे और चुनौतियां	1. सुपुर्दगी पर भुगतान के लिए उन मुद्दों की पहचान करने के लिए जो सुपुर्दगी पर भुगतान बनाते हैं 2. विक्रेताओं के लिए	ई-कॉमर्स के लिए सुपुर्दगी पर भुगतान एक लाभदायक विकल्प नहीं है कंपनियां लेकिन फिर भी यह एक "आवश्यक बुराई" है जो भारतीय ग्राहकों को सहज बनाने में महत्वपूर्ण

				अस्थिर प्रस्ताव उत्तरदायी कारको की खोज करना ।	भूमिका निभा रही है ऑनलाइन खरीदारी करने के लिए।
2.	सुदीप्त कुमार जान	2017	ई-कैश ऑन सुपुर्दगी भुगतान सुविधा विकल्प के संदर्भ में उपाय विमुद्रीकरण और ग्राहक वफादारी पर इसका प्रभाव	वर्तमान अध्ययन के उद्देश्य से, फ्लिपकार्ट के ग्राहकों को ई-रिटेलर की लोकप्रियता के कारण चुना गया है। साहित्य की समीक्षा से, वर्तमान पेपर का उद्देश्य "ई-कैश ऑन सुपुर्दगी" माप की वैधता और विश्वसनीयता, ई-टेलिंग के संदर्भ में इसके आवेदन और उपभोक्ता वफादारी पर इसके प्रभाव का अध्ययन करना है।	अनुभव से यह साबित होता है कि ई-कैश ऑन सुपुर्दगी भुगतान उपाय ई-टेलिंग के संदर्भ में मान्य होने के साथ-साथ विश्वसनीय भी है। भारत सरकार द्वारा शुरू की गई "जन धन योजना" का लाभ उठाते हुए, जिसने 110 मिलियन से अधिक डेबिट कार्ड उपयोगकर्ताओं को जोड़ा है, ई-टेलर्स को सुपुर्दगी पर ई-कैश के अनुकूल होना चाहिए।
3.	मोहनाद हलवेह	2017	ई-कॉमर्स लेनदेन के लिए कैश ऑन सुपुर्दगी (सीओडी) भुगतान मॉडल अपनाने का इरादा: एक अनुभवजन्य अध्ययन	कथित सुरक्षा ई-कॉमर्स भुगतान लेनदेन के लिए सीओडी अपनाने के ग्राहक के इरादे को सकारात्मक रूप से प्रभावित करेगी।	इस पेपर का उद्देश्य उन कारकों की भविष्यवाणी करना है जो ई-कॉमर्स लेनदेन के लिए भुगतान की विधि के रूप में सीओडी को अपनाने के ग्राहकों के इरादे को प्रभावित करते हैं। जैसा कि अपेक्षित था, कथित सुरक्षा एक महत्वपूर्ण कारक था जिसने ग्राहकों को ई-कॉमर्स भुगतान लेनदेन के लिए सीओडी अपनाने के लिए प्रेरित किया।
4.	प्रो. सना खान, सुश्री श्रेया जैन	2018	ऑनलाइन व्यापार के सतत विकास के लिए ई-भुगतान के उपयोग पर एक अध्ययन	उपयोग की आवृत्ति और ई-भुगतान का उपयोग करते समय आने वाली समस्याओं को समझने के लिए।	डिजिटल विकास ने लोगों के संचार, उत्पादों को खरीदने, अपने उपयोगिता बिलों का ऑनलाइन भुगतान करने, सूचनाओं के आदान-प्रदान या व्यवसाय करने के तरीके को गति दी है। प्रौद्योगिकी ने उत्पादों या सेवाओं की खरीद और उपयोग के प्रति उपभोक्ता व्यवहार पैटर्न को पूरी तरह से बदल दिया है। वे अपने व्यवसाय का विस्तार करने और सतत विकास विकास के लिए विभिन्न डिजिटल प्लेटफॉर्म का लाभ उठाने का प्रयास करते हैं।
5.	साफिया	2020	ई-कॉमर्स शॉपिंग में	यह अध्ययन ऑनलाइन व्यवसायों के साथ-साथ	इस अध्ययन ने निर्धारित किया कि कथित सुरक्षा, खरीद प्रक्रिया पर

	अंजुम, जुनवां चाई		कैश-ऑन-सुपुर्दगी भुगतान की विधि के लिये जिम्मेदार तत्व पाकिस्तान से साक्ष्य	सरकारी एजेंसियों के लिए अनिवार्य प्रभाव प्रस्तुत करता है।	नियंत्रण और यूरोपीय संघ सबसे महत्वपूर्ण कारक थे जिन्होंने पाकिस्तानी ग्राहकों को सुपुर्दगी पर भुगतान इस शोध के संकेत से पता चलता है कि पाकिस्तान में ई-कॉमर्स के लिए ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए केवल ई-भुगतान विधियां प्रदान करना पर्याप्त नहीं है।
6.	गौतम दास	2014	सुपुर्दगी पर भुगतान: आवश्यक बुराई	विश्वास या भरोसा सीओडी के लिए एक जिम्मेदार तत्व है, यह देखते हुए कि भारत की कोई भी ई-कॉमर्स कंपनी बहुत बड़ा ब्रांड नहीं है	सीओडी एक नए उपयोगकर्ता के लिए काफी जोखिम-मुक्त परीक्षण प्रक्रिया प्रदान करता है, इसने बड़ी मात्रा में मांग को अनलॉक करने में मदद की है। ट्रस्ट सीओडी के लिए एक ड्राइवर है, यह देखते हुए कि भारत की कोई भी ई-कॉमर्स कंपनी बहुत बड़ा ब्रांड नहीं है
7.	रसूल बेलाय	2020	भुगतान के कैश-ऑन-सुपुर्दगी विधि को हतोत्साहित करने वाले खुदरा विक्रेता	इन कंपनियों ने कैश-ऑन-सुपुर्दगी विकल्प को हतोत्साहित करना शुरू कर दिया है, जो वर्तमान में भारत में ऑनलाइन खरीद का लगभग 65% हिस्सा है।	चूंकि लाखों भारतीय पुशकार्ट सब्जी विक्रेताओं और किराना स्टोरों पर खरीदारी के लिए मोबाइल डिजिटल भुगतान के लिए तैयार हैं, खुदरा विक्रेताओं को लगता है कि डिजिटल लेनदेन को आगे बढ़ाने का यह सबसे अच्छा समय है।
8.	रोहिन धर्मकुमार	2012	सुपुर्दगी पर भुगतान कंपनियों के लिए काम नहीं करती	“फ्लिपकार्ट द्वारा परिभाषित सीओडी ने भारत में ई-कॉमर्स को फिर से परिभाषित किया है, इस बारे में भारी मात्रा में प्रचार है। यह बिल्कुल बकवास है।"	"हमने उन लाखों लोगों को लिया है जो कार्ड के माध्यम से भुगतान करने में प्रसन्न होंगे और उन्हें सीओडी में ले जाया जाएगा। यह ई-कॉमर्स के दीर्घकालिक विकास के लिए एक कदम पीछे है।"
9.	पंकज सेहोरिया	2016	सुपुर्दगी पर भुगतान . के साथ भारत में सर्वश्रेष्ठ ऑनलाइन शॉपिंग साइटें	"ब्लैक कैरेक्टर ने भारत में ई-प्रबंधित किया है, इस बारे में विस्तृत रूप से विस्तृत रूप में वर्णित किया गया है। यह बक्स हैक	Amazon, Flipkart, eBay, Snapdeal जैसी कुछ बड़ी ऑनलाइन शॉपिंग कंपनियां जो कैश ऑन सुपुर्दगी ऑर्डर स्वीकार करती हैं। यदि आपके पास भुगतान के लिए नकद नहीं है, तो आप खरीदारी के समय अपने कार्ड का उपयोग करके भुगतान कर सकते हैं।

10.	के. सुमा वैली और के. हेमा दिव्या	2018	उपभोक्ता के अपनाने के परिप्रेक्ष्य के साथ भारत में डिजिटल भुगतान पर एक अध्ययन	डिजिटल भुगतान पर उत्तरदाताओं की उम्र के प्रभाव की जांच करना।	अध्ययन भारत के बैंकिंग क्षेत्र के उपभोक्ताओं पर डिजिटल भुगतान प्रभाव को अपनाने के प्रभाव की जांच करता है। एक साथ रखा गया परिणाम हमें एक महत्वपूर्ण नीतिगत दिशा प्रदान करता है जो देश को कैशलेस भुगतान बढ़ाने में सक्षम बना सकता है।
11.	अनुजा एरंडेकर और डॉ वी वी रवि कुमार	2020	नकद के विकल्प के रूप में भारत में डिजिटल भुगतान साधनों का उदय - एक मूल्यांकन	मिनिटैब का उपयोग करके वर्णनात्मक सांख्यिकी, रेखा चार्ट, पाई चार्ट और बार ग्राफ और प्रवृत्ति विश्लेषण किया गया है। विभिन्न डिजिटल भुगतान साधनों के बीच संबंध को समझने के लिए SPSS पर बहु-सहसंबंध विश्लेषण किया गया है।	इस अध्ययन के अनुसार, RTGS और NEFT के लिए लेनदेन की मात्रा समान दर पर जारी रहेगी। UPI एक क्रांतिकारी उपकरण है जो कम से कम समय में उच्चतम वृद्धि के साथ उभरा है। अन्य अनुप्रयोगों के साथ यूपीआई के एकीकरण में आसानी ने इसे जनता के बीच बहुत लोकप्रिय बना दिया है।
12.	डॉ.एम. कविता, डॉ. के. संपत कुमार	2018	ग्राहक के गोद लेने के परिप्रेक्ष्य के साथ डिजिटल भुगतान प्रणाली पर एक अध्ययन	शुल्कों और जोखिमों के संबंध में भुगतान गेटवे के प्रति ग्राहक की वरीयता का अध्ययन करना	अध्ययन प्रौद्योगिकी के अधिकतम उपयोग पर जागरूकता के प्रतिशत पर जोर देता है। प्रौद्योगिकी और सुरक्षा के प्रभावी उपयोग के प्रति जागरूकता पैदा करने के लिए बैंकों को प्रभावी उपाय करने चाहिए।
13.	मार्टिना फ्रांसिस्का और डॉ. एस. सहया सेल्विक	2017	डिजिटल भुगतान पर एक सिंहावलोकन।	विभिन्न वित्तीय संस्थानों द्वारा पेश किए जाने वाले डिजिटल भुगतान लेनदेन के विभिन्न तरीकों का पता लगाने के लिए।	कैशलेस ट्रांजेक्शन न केवल नकद लेनदेन से सुरक्षित है बल्कि कम समय लेने वाला है। यह किए गए सभी लेनदेन के रिकॉर्ड में भी मदद करता है। मार्च 2016 तक भारत में 100 करोड़ से अधिक सक्रिय मोबाइल कनेक्शन और 22 करोड़ से अधिक स्मार्ट फोन उपयोगकर्ता हैं।
14.	डॉ कोटा श्रीनिवास	2019	डिजिटल पर्यावरण पर एक अध्ययन - डिजिटल में	पेपर का उद्देश्य डिजिटल के पहलू का अध्ययन करना है कैशलेस विचार को	यह व्यवसायियों को उनके तत्काल भौगोलिक स्थान की सीमाओं से परे, अपने ग्राहक आधार और संसाधन पूल को मजबूत करने में मदद करता

	मूर्ति		भुगतान का तरीका भारत में बैंकिंग प्रणाली	प्रोत्साहित करने और भारत को कम-नकद या डिजिटल साधन वातावरण में परिवर्तित करने के हिस्से के रूप में, भारतीय परिस्थितियों में इसका विश्लेषण और विश्लेषण, डिजिटल भुगतान के विभिन्न तरीके हैं उपलब्ध जैसे एटीएम, बैंकिंग कार्ड, एनईएफटी, आरटीजीएस, मोबाइल बैंकिंग, डिजिटल वॉलेट आदि।	है। कैशलेस भुगतान पर्यावरण के अनुकूल हैं क्योंकि कागज के पैसे छापने के लिए कोई पेड़ नहीं काटा जाएगा। कोई भौतिक नकद नहीं भ्रष्टाचार नहीं। कैशलेस वातावरण सुरक्षित है, स्वच्छ है। यह हमारा कर्तव्य है कि हम भारत को तेजी से "डिजिटल वातावरण" की ओर ले जाएं।
15.	डॉ. एम सुमति और विपिन केपी	2017	डिजिटल भुगतान प्रणाली: धारणा और चिंताएं शहरी उपभोक्ताओं के बीच	भारत में डिजिटल लेनदेन में वृद्धि के संबंध में एक सिंहावलोकन करना।	देश को कैश-आधारित से दूर कैशलेस (डिजिटल) भुगतान प्रणाली की ओर बढ़ने की जरूरत है। यह कई लाभ प्रदान करेगा जैसे, मुद्रा प्रबंधन लागत को कम करना, लेनदेन को ट्रैक करना, कर से बचाव की जांच करना या धोखाधड़ी आदि, वित्तीय समावेशन को बढ़ाना और समानांतर अर्थव्यवस्था को धीरे-धीरे मुख्य धारा के साथ एकीकृत करना। इसके अतिरिक्त चूंकि मोबाइल वॉलेट का उपयोग बड़े शहरों की सीमाओं को पार कर गया है और गांवों में भी लोकप्रियता हासिल कर रहा है। डिजिटल भुगतान प्रणाली में विकास एक नया इन क्षेत्रों में व्यक्तियों का खर्च व्यवहार।
16.	अर्पिता पांडे श्री अर्जुन सिंह राठौर	2018	भारत में डिजिटल भुगतान का प्रभाव और महत्व	भारत में डिजिटल भुगतान प्रणाली के प्रभाव का विश्लेषण करना।	डिजिटल भुगतान नकद के संबंध में सुरक्षा और सुरक्षा प्रदान करके और जीवन शैली को आगे बढ़ाकर भारत को हर क्षेत्र में मदद करता है हमारे देश के वैश्वीकरण और आधुनिकीकरण के लिए नवीनतम तकनीकों को अपनाने से विकास होता है। भारत सरकार द्वारा बनाए गए सभी कदम और नीतियां भारतीय समाज को ज्ञान और जागरूकता

					प्राप्त करने में मदद करती हैं।
17.	आशीष बघला	2018	भारत में डिजिटल भुगतान के भविष्य पर एक अध्ययन	लोगों को डिजिटल ट्रांसफर करने में आने वाली समस्याओं का पता लगाना।	सरकार के सामने सबसे बड़ी चुनौती लोगों में जानकारी और जागरूकता की कमी और डिजिटल पेमेंट के तरीकों के इस्तेमाल से पैसे के नुकसान का डर हैकिंग का खतरा है। कैशलेस अर्थव्यवस्था के लिए सरकार को इन चुनौतियों से निपटने की जरूरत है और लंबे समय में देश को सतत आर्थिक विकास प्रदान करने के लिए डिजिटल भुगतान को बढ़ावा देना है।
18.	प्रसाद राजेंद्र ब्याकोड, छाया यू, पूजा कुलगुडे, अभिषेक शर्मा, प्रियंका सिंह और चंद्र सेन मजूमदार	2020	ग्रामीण कर्नाटक के चयनित क्षेत्रों में डिजिटल भुगतान प्रणाली के प्रवेश पर एक अध्ययन	चयनित क्षेत्रों में डिजिटल भुगतान प्रणाली के उपयोग के लिए वर्तमान तकनीकी बुनियादी ढांचे को समझें	ग्रामीण भारत में भी कम्प्यूटरीकृत भुगतान प्रणाली और उन्नत एक्सचेंजों को अपनाने से इस तरह के सुधार प्राप्त किए जा सकते हैं। डीपीएस को अपनाने के लिए एक बढ़ी हुई गति प्रदान करने के लिए, यूपीआई और पोर्टेबल वॉलेट के उपयोग के संबंध में कठिनाइयों को दूर करने की आवश्यकता है और लेनदेन की बढ़ी हुई सुरक्षा सुनिश्चित करने की आवश्यकता है।
19.	राकेश एच एम और राम्याटी जे	2014	भारत में इंटरनेट बैंकिंग के उपभोक्ता अपनाने को प्रभावित करने वाले कारकों पर एक अध्ययन	इंटरनेट बैंकिंग अपनाने को प्रभावित करने वाले कारकों की जांच करने की कोशिश की।	यह पाया गया है कि इंटरनेट बैंकिंग इसकी कथित विश्वसनीयता, उपयोग में आसानी और कथित उपयोगिता से प्रभावित है। इंटरनेट बैंकिंग सेवाओं की प्रक्रिया में विशेषज्ञ को इसके अपनाने से मिलने वाले लाभों पर जोर देना चाहिए और इंटरनेट बैंकिंग सेवाओं की ओर उपभोक्ताओं का ध्यान आकर्षित करने के लिए

					जागरूकता में भी सुधार किया जा सकता है।
20.	शमशेर सिंह	2017	डिजिटल उपभोक्ता धारणा का अध्ययन भुगतान का प्रकार	अध्ययन का उद्देश्य ग्राहक की धारणा और भुगतान के डिजिटल मोड को अपनाने पर जनसांख्यिकीय कारकों के प्रभाव का पता लगाना था	वर्तमान अध्ययन ने डिजिटल भुगतान के संबंध में ग्राहकों की धारणा को समझने का प्रयास किया है। यह पाया गया कि शिक्षा को छोड़कर जनसांख्यिकीय कारक का डिजिटल भुगतान को अपनाने पर अधिक प्रभाव नहीं पड़ता है। अनोवा संगणना ने इस निष्कर्ष का समर्थन किया क्योंकि लिंग आयु, पेशे और वार्षिक आय के आधार पर उत्तरदाताओं द्वारा कोई महत्वपूर्ण अंतर नहीं माना गया था।

अध्ययन की आवश्यकता

हमें इस क्षेत्र में शोध की आवश्यकता है “क्योंकि भारतीय उपभोक्ताओं में ई-कॉमर्स के उपयोग का प्रतिशत बहुत तेजी से बढ़ रहा है” किन्तु निम्न लिखित प्रश्न अभी भी अनुत्तरित है।

1. डिजिटल भुगतान की सुविधा होने के बाद भी भारतीय उपभोक्ताओं सी.ओ.डी. का उपयोग बहुतायत में क्यों करते है?

2. असुविधा के बाबजूद भी ई-कॉमर्स कम्पनी सुपुर्दगी पर भुगतान की सुविधा ग्राहको को अपनी विपणन कूटनीति में क्यों देती है?

3. उपरोक्त दशाओं को कोविड ने कैसे और क्यूँ प्रभावित किया?

शोध अन्तराल

1. डिजिटल भुगतान विधियों तथा सुपुर्दगी पर भुगतान पर अलग अलग बहुत शोध छोटे तथा बड़े शोध किये गये है किन्तु दोनों का तुलनात्मक रूप से कोई अध्ययन शोधार्थी की दृष्टिगोचर नहीं हुआ ।

2. इसके अतिरिक्त कोविड ने भुगतान विधियों के माध्यम से ई-कॉमर्स को किस प्रकार प्रभावित किया है इस संदर्भ में कोई भी शोध नहीं हुआ है ।

शोध का उद्देश्य

प्रस्तुत अध्ययन के मुख्य उद्देश्यों को निम्न प्रकार से समझा जा सकता है:

1. वर्तमान में भारत में ई-कॉमर्स हेतु प्रत्युक्त होने वाली भुगतान प्रविधियाँ तथा उनका प्रतिरूप तथा भारतीय रिजर्व बैंक की नीतियों का अध्ययन किया जाना ।

2. ग्राहक के भुगतान विधि के चयन को प्रभावित करने वाले तत्व का अध्ययन करना।

3. विभिन्न ऑनलाइन कम्पनियों को बाजार रणनीति में भुगतान प्रविधि संदर्भ में कम्पनियों की बाजार रणनीति को तर्कसंगतताका विश्लेषण करना ।

4. सुपुर्दगी पर भुगतान पर कोविड-19 पर प्रभाव के प्रभाव का अध्ययन किया जाना।

डिजिटल भुगतान मोड और सीओडी के बीच तुलनात्मक अध्ययन के लिए उपयोग किए जाने वाले मापदंड

वित्तीय मापदंड

ग्राहक के लिए लचीले भुगतान विकल्प

नुकसान के प्रति संवेदनशील

अतिरिक्त लागत

भुगतान कार्ड पर कोई निर्भरता नहीं

भुगतान की सीमा

तकनीकी मापदंड

प्रौद्योगिकी प्रवेश

उपयोगकर्ता दोस्ताना

निती मापदंड

शहर का प्रकार

सरकारी नियम

धोखाधड़ी का परिवर्तन

व्यवहार मापदंड

उपयोग में आसान

जागरूकता

सुरक्षा सम्बन्धी मापदंड

विश्वास

सुरक्षा

सुरक्षित वितरण

अनुसंधान (शोध) क्रियाविधि

तालिका- 4 शोध रुप रेखा

क्र.	**मापदंड**	**विवरण**
1.	शोध प्रारूप	तुलनात्मक, विश्लेषणत्मक अध्ययन
2.	न्यादर्शकरण विधि	संभाव्यता न्यादर्शकरण विधि
3.	न्यादर्श का आकार	234 ग्राहक प्रत्येक कम्पनी तथा सम्बंधित जनपद से
4.	न्यादर्श तत्व	उत्तरदाता (कम्पनी के ग्राहक एवं कम्पनियाँ के अधिकरी)
5.	न्यादर्श क्षेत्र	दिल्ली(एनसीआर) ग़ाज़ियाबाद,गौतम बुद्ध नगर,गुड़गाँव,रोहतक, अलवर,भरतपुर
6.	न्यादर्श इकाई	03 कम्पनियाँ(अमेजन, फ्लिपकार्ट, इंडियामार्ट)
7.	अनुसंधान(शोध) उपागम	वेबसाइट, पुस्तके, पत्रिका, शोध पत्र, समाचार पत्र, अनुसंधान प्रकाशन, अनुसंधा माध्यमिक स्रोतों आदि !
8.	शोध उपकरण तथा संपर्क विधि	कम्पनियो के अधिकारी तथा ग्राहक से संपर्क कर अनुसूची प्रश्नावली भरकर जानकारियाँ हासिल की जायेंगी।
9.	समंको का संग्रहण	प्राथमिक समंक ओर व्दितीयक समंक
10.	समंको का विश्लेषण	प्रवृत्ति विश्लेषण, प्रतिगमन विश्लेषण, सहसंबंध विश्लेषण, श्रेणी(रैंकिंग) विश्लेषण

न्यादर्श के अंतर्गत दिल्ली एनसीआर में आने वाले तीनों राज्यों में से दो दो जनपद का चयन उनके ई-कॉमर्स व्यवहारों के आधार पर किया गया है

इनके विस्तृत विवरण निम्नलिखित तालिका में दिया गया है

तालिका- 5 न्यादर्श क्षेत्र वितरण

दिल्ली(एनसीआर) कुल 24 जनपद		
उत्तर प्रदेश (08 जनपद)	**हरियाणा** (14 जनपद)	**राजस्थान** (02 जनपद)
मेरठ,ग़ाज़ियाबाद,गौतम बुद्ध नगर, बुलंदशहर,बागपत,हापुड़,शामली, मुज़फ़्फ़र नगर	फरीदाबाद,गुड़गाँव,नूह,रोहतक,सोनीपत,रेवाड़ी, झज्जर,पानीपत,पलवल,भिवानी, चरखी दादरी,महेन्द्रगढ़,जींद,करनाल	अलवर,भरतपुर

(स्रोत: ncrpb.nic.in)

तालिका- 6 चयनित न्यादर्श जनपद

दिल्ली(एनसीआर)		
उत्तर प्रदेश	**हरियाणा**	**राजस्थान**
ग़ाज़ियाबाद गौतम बुद्ध नगर	गुड़गाँव रोहतक	अलवर भरतपुर

तालिका- 7 उत्तरदाताओं की कुल संख्या

क्रमांक	**जनपद**	**कुल जनसंख्या**	**न्यादर्श का आकार**	**चयनित न्यादर्श आकार (10%)**
1.	**ग़ाज़ियाबाद**	16,48,643*	385	39
2.	**गौतम बुद्ध नगर**	1,02,054*	383	39
3.	**गुड़गाँव**	15,14,085*	385	39
4.	**रोहतक**	3,74,292*	384	39
5.	**अलवर**	2,52,342*	384	39
6.	**भरतपुर**	3,15,379*	384	39
	कुल	**42,06,795**	**2,305**	**234**

(स्रोत: censusindia.gov.in)

तालिका- 8 उत्तरदाताओं की कुल संख्या चयनित न्यादर्श जनपद व चयनित न्यादर्श कम्पनियाँ के अनुसार

कम्पनियाँ / जनपद	**अमेजन**	**फ्लिपकार्ट**	**इंडियामार्ट**	**कुल**
ग़ाज़ियाबाद	39	39	39	**117**
गौतम बुद्ध नगर	39	39	39	**117**
गुड़गाँव	39	39	39	**117**
रोहतक	39	39	39	**117**
अलवर	39	39	39	**117**

भरतपुर	39	39	39	**117**
कुल	**234**	**234**	**234**	**702**

1,00,000 आबादी के लिए न्यादर्श आकार खोजने के लिए हम पहले अनंत आकार के लिए इसकी गणना करके और फिर इसे आवश्यक आकार में समायोजित करके न्यादर्श आकार की गणना करेंगे।

Given: Z score =1.960, Population Proportion = 0.5, Margin of Error =0.05

न्यादर्श आकार सूत्र का उपयोग करना।

S (Necessary Sample Size) $=Z^2 *P*(1-P)/M^2$

$S=(1.962)^2*0.5*(1-0.5)/0.05^2$

S= 3.8416*0.25/0.0025

S= 384.16

The sample size for the infinite population is 384.16

शोध रूप रेखा

प्रस्तुत विषय पर शोध कार्य निम्नलिखित चरणों में पूरा किया जायेगा।

समंको का संग्रहण

प्रत्येक शोध अध्ययन प्राथमिक और द्वितीयक समंको पर आधारित होता है और इसे विभिन्न स्रोतों से निम्नलिखित विधि से प्रयुक्त किया जायेगा ।

प्राथमिक समंक: प्राथमिक समंको के अंतर्गत न्यायदर्श कम्पनियाँ तथा ग्राहक से संपर्क कर अनुसूची प्रश्नावली भरकर जानकारिया हासिल की जायेंगी। ई-कॉमर्स के विकास में भुगतान प्रविधियों की भूमिका कोविड-19 के परिपेक्ष्य में डिजिटल तथा सुपुर्दगी पर भुगतान विधियो का तुलात्मक अध्ययन सम्बन्धित आंकड़े अध्ययन के लिए एकत्रित किया जायेगा एवं कम्पनियों के अधिकारियो के आधार पर आंकड़ो का संकलन किया जायेगा।

व्दितीयक समंक: कोई शोध हेतु समंक कंपनी की वेबसाइट अनुसंधा माध्यमिक स्रोतों में अनुसंधान प्रकाशन, समाचार पत्र, समंक माइनिंग शामिल हैं।

न्यादर्श का वितरण

इस शोध हेतु दो प्रकार के न्यादर्श लिए जायेगे।

1.ई-कॉमर्स की सुविधा प्रदान करने वाली कम्पनियाँ - इस वर्ग के अन्तर्गत हमने ई-कॉमर्स रैंकिग के अनुसार तीन सर्वोच्च ई-कॉमर्स वाली कम्पनियों को चयानित किया है।

1. अमेजन 2.फ्लिपकार्ट 3.इंडियामार्ट

स्रोत: 1.https://disfold.com/top-e-commerce-sites-india/

2.https://www.similarweb.com/top-websites/india/category/e-commerce-and-shopping/

3.https://indiancompanies.in/top-e-commerce-companies-india/#3_IndiaMart के अनुसार

2.ई-कॉमर्स ग्राहक - व्दितीयक वर्ग में प्रत्येक कम्पनी तथा निम्नलिखित क्षेत्रों मे से सम्बंधित 200 ग्राहक लिए जायेगे।

न्यादर्श क्षेत्र

आगरा, दिल्ली(एनसीआर) ग़ाज़ियाबाद,गौतम बुद्ध नगर,गुड़गाँव,रोहतक, अलवर,भरतपुर

सांख्यिकी उपकरण

प्रतिगमन विश्लेषण, श्रेणी (रैंकिंग), प्रवृत्ति विश्लेषण, सहसंबंध और अन्य उपयुक्त उपकरणों का उपयोग किया जाएगा

अध्ययन अवधि

2017 के उपरान्त

विशिष्ट अनुसंधान पध्द्ति

अध्ययन के उद्देश्यों को पूरा करने के लिए शोधकर्ता निम्नलिखित विशिष्ट शोध का उपयोग करेगा

सारणीबद्ध रूप में नीचे उल्लिखित पध्द्ति

तालिका- 9 विशिष्ट अनुसंधान पध्द्ति

क्र.	उद्देश्यों	स्रोत	समंको विश्लेषण
1.	वर्तमान में भारत में ई-कॉमर्स हेतु प्रत्युक्त होने वाली भुगतान प्रविधियाँ तथा उनका प्रतिरूप तथा भारतीय रिजर्व बैंक की नीतियों का अध्ययन किया जाना ।	व्दितीयक समंक	इस उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए प्रवृत्ति विश्लेषण का उपयोग किया जायेगा
2.	ग्राहक के भुगतान विधि के चयन को प्रभावित करने वाले तत्व का अध्ययन करना।	प्राथमिक समंक	इस उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए श्रेणी (रैंकिंग) विश्लेषण का उपयोग किया जायेगा
3.	विभिन्न ऑनलाइन कम्पनियों को बाजार रणनीति में भुगतान प्रविधि संदर्भ में कम्पनियों की बाजार रणनीति को तर्कसंगतताका विश्लेषण करना ।	व्दितीयक समंक	अध्ययन के परिणाम के अनुसार
4.	सुपुर्दगी पर भुगतान पर कोविड-19 पर प्रभाव के प्रभाव का अध्ययन किया जाना।	प्राथमिक समंक और व्दितीयक समंक	इस उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए प्रतिगमन विश्लेषण सहसंबंध और प्रवृत्ति विश्लेषण का उपयोग किया जायेगा

प्रस्तावित अध्याय

प्रथम अध्याय-

परिचय

साहित्य की समीक्षा

शोध का उद्देश्य

अध्ययन की आवश्यकता

शोध की परिकल्पना

शोध रूप रेखा

द्वितीय अध्याय- चयनित कंपनियों और ग्राहकों की रूपरेखा

तृतीय अध्याय- ई-कॉमर्स के विकाश में भुगतान प्रविधियों एवं उनका प्रतिरूप

चतुर्थ अध्याय- विश्लेषण एवं व्याख्या

पंचम अध्याय- निष्कर्ष एवं सुझाव

संदर्भ ग्रन्थ सूची-

Halaweh, M. (2017). Intention to Adopt the Cash on Delivery (COD) Payment Model for E-commerce Transactions: An Empirical Study. In K. Saeed, W. Homenda, & R. Chaki (Eds.), Computer Information Systems and Industrial Management (Vol. 10244, pp. 628–637). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-59105-6_54

Grépin, K. A., Habyarimana, J., & Jack, W. (2019). Cash on delivery: Results of a randomized experiment to promote maternal health care in Kenya. Journal of Health Economics, 65, 15–30. https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2018.12.001

Shree, S., Pratap, B., Saroy, R., & Dhal, S. (2021). Digital payments and consumer experience in India: A survey based empirical study. Journal of Banking and Financial Technology. https://doi.org/10.1007/s42786-020-00024-z

Ohidujjaman, O., Hasan, M., & Nurul Huda, M. (2013). E-commerce Challenges, Solutions and Effectiveness Perspective Bangladesh. International Journal of Computer Applications, 70(9), 9–17. https://doi.org/10.5120/11989-7867

Iblasi, W. N. (n.d.). The Impact of Social Media as a Marketing Tool on Purchasing Decisions (Case Study on SAMSUNG for Electrical Home Appliances). International Journal of Managerial Studies and Research, 15.

Reddy, N. A., & Divekar, Brig. R. (2014). A Study of Challenges Faced By E-commerce Companies in India and Methods Employed to Overcome Them. Procedia Economics and Finance, 11, 553–560. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00220-2

Vally, K. S., & Divya, K. H. (n.d.). A Study on Digital Payments in India with Perspective of Consumer"s Archana, P. (2019). An analytical study of Indian agriculture crop production and export with reference to wheat. 12, 4.

Anjum, S., & Chai, J. (2020). Drivers of Cash-on-Delivery Method of Payment in E-Commerce Shopping: Evidence From Pakistan. SAGE Open, 10(3), 215824402091739. https://doi.org/10.1177/2158244020917392

वेबसाइट-

- censusindia.gov.in
- ncrpb.nic.in
- https://disfold.com/top-e-commerce-sites-india/
- https://www.similarweb.com/top-websites/india/category/e-commerce-and-shopping/
- https://indiancompanies.in/top-e-commerce-companies-india/#3_IndiaMart
- https://www.statista.com
- https://disfold.com/top-e-commerce-sites-india/
- https://www.similarweb.com/top-websites/india/category/e-commerce-and-shopping/
- https://indiancompanies.in/top-e-commerce-companies-india/#3_IndiaMart
- http://www.acadpubl.eu/hub/